

Zakaj lahko slovenski turizem bolje prodamo s pomočjo znamke I FEEL SLOVENIA?

Andrej Pompe, Ljubljana, 30. januar 2014

Kaj je znamka?



I FEEL
SLOVENIA

=

MADE IN SLOVENIA

=

**Slovenija
Made**

=

**Slovenia
Origin**

I FEEL SLOVENIA je priložnost



Za
Slovenijo

Za
investitorje

Za njene
uporabnike

IFS prinaša koristi nosilcem

♥ Prenos pozitivnih lastnosti in vrednot ter osebnostih potez Slovenije na uporabnike znamke I Feel Slovenia

♥ Dodajanje vrednosti zelenega okolja, pristnosti, okoljske prijaznosti kar pregovorno značajsko opredeljuje SLO

♥ Dodajanje vrednosti produktom in storitvam, ker imajo ti možnost, da se dodatno pohvalijo s slovenskim poreklom

♥ Manj znani in neznani slovenski proizvajalci z uporabo znamke I feel Slovenia dodajo svojim produktom vrednost porekla naše dežele

Nosilec IFS koristi sebi in drugim

♥ S svojo kakovostjo, okoljsko prijaznostjo, visoko usposobljenostjo in inovativnostjo gradi moč porekla Slovenije

♥ Manifestira inovativen način komuniciranja SLO znanja, razvoja in gospodarstva s pomočjo inovativne označbe porekla

♥ Z vključevanje uspešnih gospodarskih in podjetniških zgodb pod okrilje državne znamke IFS se krepi njena precepcijska moč

♥ Potrjuje pomen in vrednost obstoja in uporabe znamke IFS

**Imamo zlato s katerim vse bolj
ustvarjamo želeno percepcijo**



**Izkoristiti moramo njeno moč
in omogočiti, da dela za nas**

Zakaj brend?



kvalificiran, kredibilen,
ponosen, drugačen in
inovativen **zastopnik**
produkta, podjetja, ideje,
države, kulture, športa,
znanosti, **turizma**,
politike, izobraževanja ...

Zakaj I FEEL SLOVENIA?



**PONOSEN
PREDSTAVNIK:**

Slovenije, vseh njenih
lepot, vrlin, danosti,
izdelkov, storitev in ljudi,
ki jo predstavljajo

The logo consists of a green trapezoidal shape with the text "I FEEL SLOVENIA" in white, uppercase letters. "I FEEL" is on the top line and "SLOVENIA" is on the bottom line.

je državna znamka!

- = Znamka destinacije**
- = Znamka države**
- = Znamka vsega dobrega v SLO**
- = Znamka vseh iz Slovenije**

I Feel Slovenia je potrjena v stroki
I Feel Slovenia se vse bolj “prijemlje” doma
Slovenija po velikosti ni prav velika ...

Znamka države je:

garant kakovosti in odnosov,
zrcalo kulture in intelekta naroda,
glasnik zrelosti politike in gospodarstva,
sel pomembnosti znanja,
gonilo razvoja,
odsev varnosti in zaupanja,
slika spoštovanja med ljudmi,
reprezentant odnosa do družbenih vrednot,
advokat vseh lepot, dediščine in zanimivosti

...



Energijska moč znamke IFS



I FEEL
SLOVENIA

SODELOVANJE



I FEEL
SLOVENIA

KOMUNICIRANJE



I FEEL
SLOVENIA

POVEZOVANJE

Energijska moč zgodb IFS

Zgodbe se prepletajo z
njihovimi akterji in poslušalci

Pravilen način pripovedovanja zgodb



Emocije



Estetika



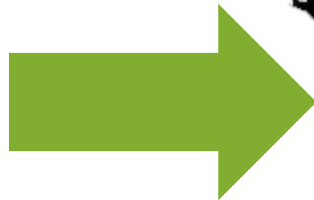
Dejstva

Podlaga, da postane zgodba
za nekoga POMEMBNA

Kaj omogočajo zgodbe?

VKLJUČEVANJE VELIKEGA
ŠTEVILA LJUDI

1 zgodba o
“nečem” za



Množičen nakup
“nečesa”



Kaj omogočajo dobre zgodbe?

STIK & DOTIK

Zaradi čustvenih odzivov in vključenosti so se ljudje pripravljene spremeniti!



**Kako
čutijo**



**Kako
mislijo**



**Kako
delujejo**



**Kako se
vedejo**

Zgodba v turizmu

Vsak stik turista z okoljem, ljudmi, dogodkov, kjer se dogaja turistična storitev, je **izkušnja**.

Izkušnja v turizmu je **doživetje**.

Opis teh izkušenj - doživetij je najboljši s pomočjo **zgodbe**. Zakaj? Ker gre za avtentičnost osebne izkušnje.



Zgodbe so del našega življenja. Vzporejamo jih z našimi cilji in vedenjem.

Služijo kot enostaven, a nepremagljivi napotek za odločitve in ustvarjanje mnenja.


Uspešna I FEEL SLOVENIA?



Ključ uspeha znamke IFS je v njeni:

- čim širši,
- čim bolj smiselni,
- čim konsistentnejši ter
- čim pogostnejši uporabi.

ZGODBE
TURISTIČNE
SLOVENIJE



**Omogočimo, da vsi, ki so
nam pomembni, začutijo
Slovenijo na edinstven in
privlačen način.**

Hvala za pozornost

**Andrej Pompe
v imenu SPIRITa in Urada za komuniciranje RS**

Copyright ©

Predstavitev je avtorsko delo in se ga ne sme razpečevati, uporabljati ali kopirati, kar vključuje tudi posamezne segmente (likovni in tekstualni material) v predstavitvi. O kakršnikoli uporabi se je potrebno predhodno dogovoriti z avtorjem in ga je potrebno, v primeru uporabe, tudi ustrezno citirati.

Avtor: Andrej Pompe

email: andrej.pompe@brand-business-school.com